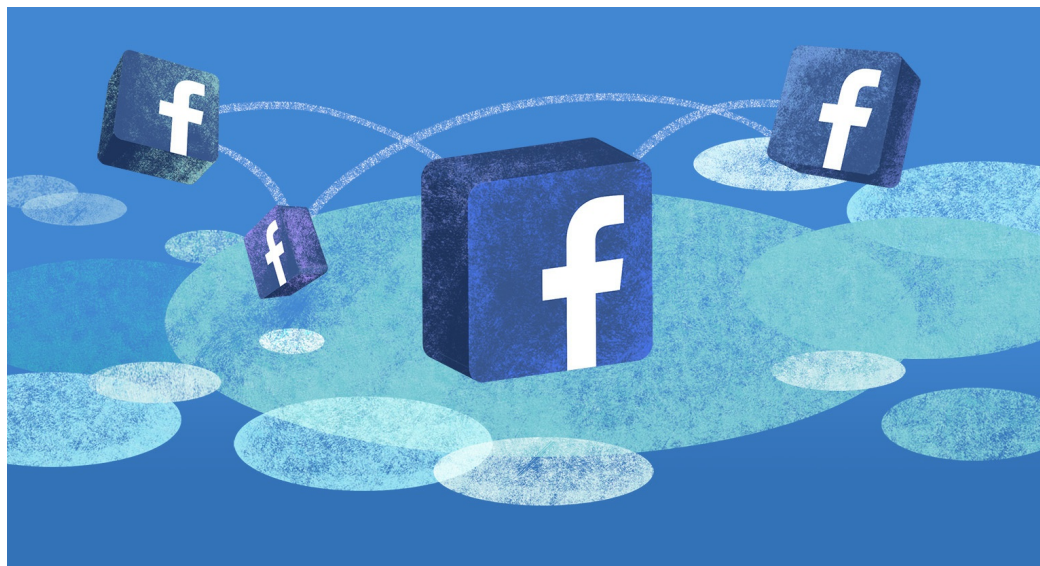


臉書效應



吳清山

教育部國民及學前教育署署長

臺北市立大學教授

臉書效應（facebook effect），係指人們利用臉書之社群網站，對於社會、經濟、政治、教育和生活等各方面所造成的衝擊和影響。

效應（effect）一詞，具有引起、完成效果、結果和影響的意涵，亦有引起巨大的連鎖反應之意。因此，「效應」在自然科學或社會科學（例如：社會學、心理學、教育學、政治學、經濟學和文化學等）之應用頗為常見。

臉書（facebook）於2004年成立，主要創辦人為Mark Zuckerberg，而當時Mark Zuckerberg的哈佛大學（Harvard University）室友 Eduardo Saverin、Andrew McCollum、Dustin Moskovitz和Chris Hughes等人亦有參與，這個網站的目的在於致力於向全世界人們提供分享平臺，讓社會更開放、聯繫更緊密；藉由臉書的媒介可以與親友保持密切聯繫、發現新鮮資訊與分享生活故事，全球人民使用臉書頗為盛行，其已成為世界上分布最廣的社群網站。

2010年David Kirkpatrick出版《臉書效應：從0到7億的串連》（The facebook Effect: The Inside Story of the company That is Connecting the World）一書，共有十七章，從第一章的起源到最後一章的未來，描述臉書的發展歷史及其社會影響，開啟

臉書效應的新課題；該書也獲得2010年金融時報（Financial Times）與高盛（Goldman Sachs）年度商業佳書，係一本極具社會和商業洞見的好書。

臉書的影響隨著使用人口的增加，其影響力可說是與日俱增，透過臉書媒介傳播，已成為快速集結民眾的有效方式，很多國家的民主運動或學生運動之所以產生巨大的力量，臉書可說是功不可沒。

臉書效應愈來愈明顯，每個人可以在虛擬世界的自由空間中，傳遞和分享訊息，成為很方便的溝通工具，不僅改變人類生活方式，而且對於政治和經濟也會產生深厚影響；不可否認地，臉書之使用具有其經濟利基之正面效應，但也不能不考慮臉書過度使用可能產生的後遺症之負面效應，包括倫理的問題、隱私的問題、價值混淆的問題等，需要加以思考和重新定位，讓臉書能夠發揮其正面效應。

在教育領域中，教育行政機關可透過臉書宣導政策，幫助民眾了解政策，適時澄清民眾疑慮，爭取民眾支持政策；而學校亦可藉由臉書說明辦學特色及績效、以及行銷學校品牌，有助學校建立優良形象。

不管是教育工作者或學生使用社群網站愈來愈普遍，臉書亦是最主要的溝通媒介之一，如何有效引導學生善用社群網站，以溝通訊息和增進學習，而不要讓學生過度使用或沉迷於社群網站，實屬一項重要教育課題。